

ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA PENGGUNAAN TANDA DI HALAMAN AWAL *WEBSITE* UNIVERSITAS BAKRIE DALAM RANGKA *DIGITAL BRAND ENGAGEMENT*

Azzarul Mubbin¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan *digital media* yang berbasis koneksi internet memberikan banyak perubahan dalam perilaku masyarakat sehari-hari. Perubahan ini juga harus ditanggapi dengan khusus oleh pemasar termasuk dalam aktivitas pemasaran universitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika Peirce pada penggunaan tanda di halaman awal *website* Universitas Bakrie dalam rangka *digital brand engagement*. Kerangka pemikiran yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce dan digabungkan dengan analisis mengenai *digital brand engagement*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang didapatkan melalui studi pustaka dan wawancara. Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian adalah halaman awal *website* Universitas Bakrie. Narasumber yang dipilih untuk penelitian ini adalah Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Universitas Bakrie dan juga praktisi komunikasi pemasaran. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan tanda pada halaman awal *website* Universitas Bakrie telah mendorong terjadi *engagement* antara *brand* Universitas Bakrie dengan *target audience*-nya pada media *website*. Dari hasil penelitian ini, disarankan untuk dilakukan penelitian yang lebih banyak mengenai *brand engagement* pada media digital dan juga pemasaran pada instansi pendidikan.

Kata kunci: semiotika Peirce, *digital brand engagement*, Universitas Bakrie

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Peminatan Komunikasi Pemasaran

PEIRCE SEMIOTIC ANALYSIS IN SIGN USES ON UNIVERSITAS BAKRIE WEBSITE HOMEPAGE IN ORDER FOR DIGITAL BRAND ENGAGEMENT

Azzarul Mubbin²

ABSTRACT

This research is on the fact of digital media-based Internet connections development provides many changes in people's behavior every day. This change also has to be addressed by marketers, including the university marketing activities. This study aims to determine how Peirce semiotic analysis in sign uses on Universitas Bakrie website homepage in order for digital brand engagement. The framework used to achieve these objectives is the semiotic analysis by Charles Sanders Peirce and coupled with an analysis of the digital brand engagement. This study use qualitative method obtained through library and interview. The object of this study is Universitas Bakrie website homepage. Resource persons chosen for this study is the Head of Public Relations of Universitas Bakrie and practitioners of marketing communication. The findings in this study indicate that the use of the sign on Universitas Bakrie homepage has driven the engagement occurred between Universitas Bakrie brand with its target audience on the website. From these results, it is advisable to do more research about brand engagement on digital media and marketing in educational institutions.

Keywords: semiotics Peirce, digital brand engagement, Universitas Bakrie

² Student of Universitas Bakrie, Communication Science Major , Marketing Communication Specialized